

26. April 2013

Hyundai startet Real-Like Tour mit dem Kompaktklasse-Modell i30

- **Promotion-Aktion der besonderen Art – Heckscheibe dient als Touch-Display**
- **Facebook Live-Erlebnis direkt am Auto**
- **Weitere Tour-Stopps geplant**

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH ist aktuell mit zwei Hyundai i30 Modellen auf besonderer Promotion-Tour. Unter dem Titel „Real-Like“ sind die beiden Fahrzeuge bis zum September unterwegs durch Deutschland. Das Außergewöhnliche: Die Heckscheiben der beiden i30 wurden mittels Infrarottechnik zu einem Touch-Display umgebaut und sind durch einen blau pulsierenden „Real-Like“-Button gekennzeichnet. Berührt ein Passant den Button, kann er sich direkt am Auto auf seinem individuellen Facebook-Account im Internet einloggen und live einen Post zum Fahrzeug absetzen.

Die Aktion ist an ein Gewinnspiel gekoppelt. Klickt ein Freund des Teilnehmers auf das gepostete Bild, so gelangt er zur zugehörigen „Real-Like“-Homepage. Dort kann er für seinen Freund voten. Pro Tour-Standort qualifizieren sich die drei Teilnehmer, deren Posts die meisten Votes gesammelt haben, für die Verlosung eines Hyundai i30. Das aktuelle Ranking und die Tourdaten werden auf der Internetseite www.hyundai.de/reallike präsentiert. Die Touch-Display-Lösung auf der Heckscheibe beinhaltet neben der reinen Benutzerführung mit integrierter Tastatur auch diverse, zum Teil interaktive Animationen. Alternativ zum Facebook-LiveLogin können sich Passanten auch für eine Teilnahme per E-Mail entscheiden.

Das Ziel hinter der Aktion ist, das tatsächliche Erleben des Hyundai Produktes vor Ort mit dem virtuellen Liken auf Facebook zu verknüpfen. Denn Tag für Tag liken Millionen Menschen Produkte, ohne sie wirklich zu kennen. Bei der Hyundai „Real-Like“ Tour schafft der Importeur die Verbindung zwischen realem Erleben der Fahrzeuge und Begeisterung im Netz.

Die Tour wird auf der Homepage und der Facebook-Seite von Hyundai beworben. Entwickelt und umgesetzt wurde Real-Like von der VOON Werbeagentur in Grevenbroich sowie von Markenfilm in Hamburg. Nach dem Auftakt der „Real-Like“ Tour am vergangenen Wochenende im Rahmen der Nacht der Museen in Düsseldorf, folgen weitere Termine in verschiedenen deutschen Städten. Nächster Stopp ist vom 09. bis 12. Mai 2013 auf der Messe „Tuning World Bodensee“ in Friedrichshafen.



Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Bernhard Voß, Tel.: (07132) 487-254; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: bernhard.voss@hyundai.de

Bilke Fitzner, Tel.: (07132) 487-251; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: bilke.fitzner@hyundai.de

Informationen und Fotos auch unter www.hyundai-presselounge.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Hyundai Motor Deutschland ist seit 1991 als Tochterunternehmen des südkoreanischen Konzerns für den Vertrieb der Modelle in Deutschland zuständig. In Deutschland wurden 2012 erstmals über 100.000 Fahrzeuge verkauft. Der erreichte Marktanteil betrug 3,3 Prozent. Damit war Hyundai drittstärkster Importeur im Land, weltweit ist das Unternehmen mittlerweile fünftgrößter Automobilhersteller. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design gepaart mit hoher Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres- Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung.

Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden fast 95% aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Rund 70% dieser Modelle werden auch in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut.

Als langjähriger Partner der FIFA und der UEFA, sowie der Caritas ist Hyundai sowohl im sportlichen als auch sozialen Bereich engagiert.